# Imagen y Realidad

**La producción mediática de imágenes parece saturada por lo hipervisual, ¿cómo encausar comportamientos ordenados de la Comunicación Visual?**

Ante todo debemos comprender qué son las imágenes, el por qué de ellas, y el para qué el hombre requiere de las mismas. Las imágenes son un modo de representación que es captado por la percepción visual y están constituidas por un entramado de significados construidos que denominamos "realidad".

Esa realidad es capturada por la percepción visual.

El hombre ha tenido la necesidad de la creación de símbolos, y así es que llega a la realización de imágenes, es decir, que a través de ellas establece la comunicación con el mundo y sus dimensiones.

Mostrándose como símbolos, las imágenes actúan como representante de las cosas y hechos del contexto en el cual el ser humano vive, lo ubica en la realidad y motiva su imaginación.

Por lo menos hay tres alternativas que pueden explicar la relación que tienen las imágenes con la realidad y su entorno, y ellas son:

**La simbólica:** hoy representada por la publicidad en todos sus matices.

**La epistémica:** da información y construye los conocimientos.

**La estética:** despierta sensaciones y acciones emotivas expresando si gusta o no.

Desde la existencia de planteos comunicacionales se pueden comprender las propiedades de la imagen visual, sobre todo porque lo verbal y lo no verbal quedan interrelacionados por tres hechos, que pasamos a detallar:

**El nombrar:** es el decir verbalmente y que le da el significado.

**El indicar:** al señalar la imagen en forma ostensiva remarca lo señalético.

**El mostrar:** relaciona lo visual con lo estético abriendo camino a la imaginación.

Nombrar, indicar y mostrar en forma conjunta, configura un proceso de análisis que hace replantear y analizar la estética de la imagen.

Quizás por el análisis exhaustivo de las alternativas y planteos y algunos otros conceptos más, es que últimamente se vienen cuestionando la falta de estética de los muchos y variados elementos utilizados para comunicar lo que masivamente se quiere expresar.

Quizás los adelantos tecnológicos no son todo lo ordenado posible.

Se debe pensar en cómo educar, cómo preparar la transformación para ir redescubriendo nuevas formas que encaucen un comportamiento cuidadoso en la Comunicación Visual.

Se debe preservar el hábitat natural del medio en el que el hombre vive desarrollando para ello alternativas de cuidadosas formas. "El medio es el mensaje", dijo Marshall Mc Luhan. ■

✓ Neón al Gremio. Precios inmejorables.
✓ Garantía 12.000 Hs. o 36 meses.
✓ Descuentos especiales a socios de CAIL.
✓ Transformadores, soportes, cables y accesorios.

Lisboa 692 - (1408) Capital Federal
Telefax: 4641-2503
E-mail: frankpepe_pp@hotmail.com